

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN
TRABAJADORES DE LA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS AGUAS DE LIMA NORTE, 2019.**

Presentado por:

BACHILLER CARMEN JAZMIN SALAS BAZALAR

BACHILLER DORA LUZ SALAS BAZALAR

Asesor:

LIC. HENRY ANTONIO MORALES GAMARRA

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Huacho - Perú

2019

**PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN
TRABAJADORES DE LA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS AGUAS DE LIMA NORTE S.A., 2019.**

ASESOR

LIC. HENRY ANTONIO MORALES GAMARRA

M(o) Nila Limachi Qqueso
Presidente

Dr. Guillermo Ramírez La Rosa
Secretario

Lic. Luis Miguel Arias Martínez
Vocal

DEDICATORIA

A mi bella familia, mis padres, mi esposo y mis bellos hijos porque gracias a ellos soy una mejor persona cada día, luchando siempre por nuestro bienestar y sobre todo por salir adelante a pesar de las duras pruebas que nos ponga Dios y la vida.

Carmen Jazmín Salas Bazalar

A mis amados padres, por su invaluable respaldo en todo momento, porque me dieron todo lo que hoy soy, por haber hecho de mí una persona con mucho empeño, perseverancia y coraje; y de esta manera poder conseguir todos los objetivos que me tracé en la vida.

Dora Luz Salas Bazalar

AGRADECIMIENTO

Agradecemos al Divino Hacedor por ser nuestro guía en el transcurso de la vida, por habernos hecho fuertes en nuestros momentos de dificultad y debilidad.

Agradecemos también a nuestra familia, por ser los impulsores de nuestros sueños, por creer en nuestras expectativas, por sus sabios consejos, valores y principios inculcados.

Finalmente agradecemos a nuestros docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, por habernos impartido todos los conocimientos necesarios para ejercer nuestra profesión, ya que con ello han permitido que aportemos con una labor destacable en nuestros centros laborales.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
CARÁTULA	i
PORTADA	ii
ASESOR	iii
JURADOS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	
1.1. Presentación general del trabajo	16
1.1.1 Formulación de problema general	18
1.1.2 Formulación de problemas específicos	19
1.2 Justificación	19
1.3 Alcances del estudio	20
1.4 Objetivos	21
CAPÍTULO II: REVISIÓN DE LITERATURA	
2.1 Antecedentes	22

2.2 Bases Teóricas	24
2.2.1 La Comunicación	24
2.2.2 La Comunicación Organizacional	25
2.2.3 La Comunicación Interna	27
2.2.3.1 Clasificación de la Comunicación Interna	28
2.2.4 Flujos de la Comunicación	28
2.2.5 Definiciones Conceptuales	30
CAPÍTULO III: MATERIAL Y MÉTODOS	
1.1 Tipo de investigación	33
1.2 Nivel de investigación	33
1.3 Diseño de investigación	33
1.4 Enfoque de investigación	34
1.5 Población y muestra	35
1.6 Técnicas a emplear	35
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
4.1 Presentación de resultados	37
4.2 Discusión	64
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES	
	66
CAPÍTULO VI	
RECOMENDACIONES	
	67

CAPÍTULO VII	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
CAPÍTULO VIII	
ANEXOS	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución y porcentajes sobre los buenos canales de comunicación	37
Tabla 2. Frecuencias y porcentaje sobre la comunicación de los superiores con sus colaboradores.....	39
Tabla 3. Distribución y porcentajes sobre la relación con la experiencia que posee el colaborador	41
Tabla 4. Frecuencias y porcentaje sobre la relación del puesto de trabajo con su titulación académica	42
Tabla 5. Frecuencias y porcentaje sobre si el puesto de trabajo está lo suficientemente valorado	44
Tabla 6. Frecuencias y porcentaje sobre si considera que su trabajo está bien remunerado	45
Tabla 7. Frecuencias y porcentaje sobre la posibilidad de mejora de las condiciones laborales en la empresa.....	46
Tabla 8. Frecuencias y porcentaje sobre el buen trato de sus superiores	47
Tabla 9. Frecuencias y porcentaje sobre el nivel adecuado de exigencia por parte de los superiores.....	48
Tabla 10. Frecuencias y porcentaje si considera que su jefe es comunicativo durante el desarrollo de sus labores.....	50
Tabla 11. Frecuencias y porcentaje acerca de la buena comunicación descendente entre los superiores y los colaboradores	52
Tabla 12. Frecuencias y porcentaje acerca de la buena comunicación ascendente entre los superiores y los colaboradores	54

Tabla 13.Frecuencia y porcentajes del uso de alguna herramienta de comunicación interna en las labores	56
Tabla 14. Frecuencias y porcentaje acerca de si cree que la comunicación interna está bien manejada en la empresa	57
Tabla 15. Frecuencias y porcentaje acerca de si realiza un trabajo útil para la empresa	58
Tabla 16. Frecuencias y porcentaje acerca de si existe un nivel de seguridad laboral a futuro en la empresa	59
Tabla 17. Frecuencias y porcentaje acerca de promover laboralmente a los colaboradores en base a sus resultados de productividad.....	61
Tabla 18. Frecuencias y porcentaje acerca de si existe igualdad de oportunidades laborales para los empleados	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución y porcentajes sobre los buenos canales de comunicación.....	37
Figura 2. Frecuencias y porcentaje sobre la comunicación de los superiores con sus colaboradores.....	39
Figura 3. Frecuencias y porcentaje sobre relación con la experiencia que posee el colaborador.....	41
Figura 4. Frecuencias y porcentaje sobre la relación del puesto de trabajo con su titulación académica.....	42
Figura 5. Frecuencias y porcentaje sobre si el puesto de trabajo está lo suficientemente valorado.....	44
Figura 6. Frecuencias y porcentaje sobre si considera que su trabajo está bien remunerado.....	45
Figura 7. Frecuencias y porcentaje sobre la posibilidad de mejora de las condiciones laborales en la empresa.....	46
Figura 8. Frecuencias y porcentaje sobre el buen trato de sus superiores.....	47
Figura 9. Frecuencias y porcentaje sobre el nivel adecuado de exigencia por parte de los superiores.....	48
Figura 10. Frecuencias y porcentaje si considera que su jefe es comunicativo durante el desarrollo de sus labores.....	50
Figura 11. Frecuencias y porcentaje acerca de la buena comunicación descendente entre los superiores y los colaboradores.....	52
Figura 12. Frecuencias y porcentaje acerca de la buena comunicación ascendente entre los superiores y los colaboradores.....	54
Figura 13. Frecuencia y porcentajes del uso de alguna herramienta de comunicación interna en las labores.....	56

Figura 14. Frecuencias y porcentaje acerca de si cree que la comunicación interna está bien manejada en la empresa	57
Figura 15. Frecuencias y porcentaje acerca de si realiza un trabajo útil para la empresa	58
Figura 16. Frecuencias y porcentaje acerca de si existe un nivel de seguridad laboral a futuro en la empresa.....	59
Figura 17. Frecuencias y porcentaje acerca de promover laboralmente a los colaboradores en base a sus resultados de productividad	61
Figura 18. Frecuencias y porcentaje acerca de si existe igualdad de oportunidades laborales para los empleados	63

RESUMEN

Objetivo: referir la percepción de la comunicación interna en los colaboradores en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A. para lo cual se trabajó con una muestra de 132 colaboradores, durante el desarrollo de la misma se pudo contar con el valioso apoyo de los Representantes de la Empresa, quienes coadyuvaron en la aplicación de nuestro instrumento de medida para la obtención de los resultados correspondientes; misma que se desglosó en tres aspectos importantes como son la comunicación ascendente, comunicación descendente y comunicación horizontal.

Metodología: aplicamos una investigación básica empleando un estudio de nivel descriptivo bajo el diseño No Experimental y de enfoque cuantitativo.

Durante el desarrollo del cuestionario que se elaboró a través de 18 interrogantes, estructurado con la escala de Likert; se obtuvieron resultados de una percepción negativa de la comunicación interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte.

Conclusión: la percepción de la comunicación interna en trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte es negativa. Asimismo, se concluyó que el buen manejo de esta repercute positivamente en el clima organizacional, dando como resultado la productividad de los colaboradores y permitiendo el cumplimiento de las metas empresariales.

Palabras claves: Comunicación, Comunicación Interna, Comunicación Organizacional.

ABSTRACT

Objective: to refer the perception of the internal communication in the collaborators in the Company Provider of Services Aguas de Lima Norte S.A. for which we worked with a sample of 132 collaborators, during the development of the same one we could count on the valuable support of the Representatives of the Company, who assisted in the application of our measuring instrument to obtain the corresponding results; which was broken down into three important aspects such as upward communication, downward communication and horizontal communication.

Methodology: we apply a basic investigation using a descriptive level study under the Non-Experimental design and quantitative approach.

During the development of the questionnaire that was developed through 18 questions, structured with the Likert scale; results were obtained from a negative perception of the internal communication in the Service Provider Company Aguas de Lima Norte.

Conclusion: the perception of internal communication in workers of the Water Service Company of Lima North is negative. Likewise, it was concluded that the good management of this has a positive impact on the organizational climate, resulting in the productivity of employees and allowing the achievement of business goals.

Keywords: Communication, Internal Communication, Organizational Communication.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación General del trabajo.

La comunicación desde sus inicios ha sido el intercambio de ideas, conocimientos, propósitos, etc., a través de la palabra, escritos o símbolos, puesto que, de alguna manera busca intercambiar pensamientos, sentimientos y/o emociones entre las personas.

Actualmente la comunicación en toda organización moderna es primordial para el logro de objetivos que se trazan en el desarrollo organizacional, así como el logro de eficiencia en sus procesos y productividad de la misma que aspirará a un fin común, siendo necesario una serie de relaciones para poder coordinar esfuerzos y lograr las metas establecidas.

La comunicación organizacional posee diversas técnicas que están dirigidas a encaminar, facilitar y agilizar los diferentes mensajes que existen en una organización ya sea para un público interno y/o externo.

La percepción en la comunicación organizacional es preponderante, puesto que, nos ayudará a interpretar de una mejor manera los mensajes emitidos, permitiéndonos así tomar conciencia de forma elemental para la toma de decisiones que obedezcan a las expectativas de los superiores en una organización.

En la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A la percepción de la comunicación interna es negativa debido a lo que han manifestado los trabajadores

al momento de realizar la observación, captando una imagen poco favorable que permita el logro de objetivos debido a las siguientes razones: la insatisfacción económica, mismos que fueran planteados a los niveles superiores teniéndose respuesta negativa a ello; la poca atención que se les brinda a las capacitaciones profesionales que permitirían un mejor desempeño laboral y que son condicionadas para su realización; la poca atención a las comunicaciones emitidas por las jerarquías medias y bajas y que buscarían equilibrar las condiciones laborales y con ello una mejor satisfacción de la misma; la poca solución a los requerimientos de herramientas que permitirían la presentación de un mejor trabajo; trayendo como consecuencia el poco entendimiento de la comunicación en todos sus niveles.

La experiencia ha demostrado que los colaboradores de una organización son la esencia de ellos mismos y la base sobre la que esta se sostiene, convirtiéndose así en los protagonistas de la comunicación interna, pieza estratégica para garantizar el éxito de la misma; asimismo, aplicando una buena comunicación organizacional trascenderá con una imagen positiva externa que permitirá llegar a las metas trazadas por la Organización.

La finalidad de la comunicación interna en una institución es lograr afrontar retos a consecuencia de la globalización y el avance que se han desarrollado con el transcurrir de los años y que han permitido que las empresas se posicionen en el mercado siendo el éxito de estas la correcta aplicación de políticas con eje fundamental en la comunicación organizacional.

En la búsqueda de modelos de gestión en buenas prácticas de comunicación

interna encontramos el portal Reason Why, especialistas en Publicidad y Marketing, señala a la mayor compañía Siderúrgica Arcelormittal, que alberga casi doscientos mil empleados y que ha sido reconocida como la mayor empresa modelo de gestión con mención en buenas prácticas de comunicación interna; y de la misma manera pública que se han utilizado diversos instrumentales hacia la administración eficaz de la comunicación interna, tal es el suceso de la empresa Repsol por “Cartelería Digital en Repsol”, que cuenta con un canal de comunicación con estructuras en varios idiomas acoplándose a los diversos aspectos de la empresa; la empresa Orange por el “Estilo Orange”, una organización para mantenerse comunicado hacia sus usuarios.

Por último, una de las causas que se puede observar es que la mayoría de los colaboradores no realizan las buenas prácticas de la comunicación interna, toda vez que los flujos de comunicación (ascendente, descendente, horizontal) no están reflejados en las acciones esperadas del trabajo realizado en cada una de las jerarquías de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A, a su vez se ha observado que cumplen sus funciones con poco grado de optimización, puesto que, existe una disconformidad entre los colaboradores y la organización al no brindárseles el apoyo correspondiente para obtener los mejores resultados y por ende obtener objetivos empresariales, debido a la poca respuesta a la comunicación emitida.

1.1.1 Formulación del problema general.

El problema general de la presente investigación es

¿Cuál es la percepción que tienen sobre la comunicación interna los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, 2019?

1.1.2 Formulación de los problemas específicos.

Los problemas específicos de la presente investigación son los siguientes:

- a) ¿Cuál es la percepción que tienen sobre la comunicación interna ascendente los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, 2019?
- b) ¿Cuál es la percepción que tienen sobre la comunicación interna descendente los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, 2019?
- c) ¿Cuál es la percepción que tienen sobre la comunicación interna horizontal los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, 2019?

1.2 JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación es importante debido a las siguientes justificaciones:

La comunicación interna en las organizaciones se ha convertido durante los últimos años en la herramienta clave que permitirá a través de sus diversos factores lograr la eficiencia organizacional y así poder posicionarse mediante una buena imagen corporativa en el mercado, convirtiéndose así en uno de los pilares más importantes en una organización debido a que permitirá comprender el rol de cada uno de los colaboradores.

La importancia del presente trabajo de investigación se justifica, ya que su estudio permitirá determinar la percepción de la comunicación interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A; y así mismo sus resultados podrán

ser tomados en cuenta para generar estrategias que permitirán afianzar y superar debilidades tanto en la comunicación interna como estrategias comunicacionales.

En ese sentido los resultados del presente trabajo de investigación ayudaran a tener información primordial para que los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A a través de su área correspondiente pueda tomar decisiones que ayuden a superar estas debilidades.

Asimismo, podrá ser tomada en cuenta por otras organizaciones para que estudien y gestionen su comunicación interna como herramienta clave en el reforzamiento de su identidad corporativa.

En lo que respecta a nuestra localidad y específicamente en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, se ha observado la falta de comunicación interna entre los superiores y los colaboradores el cual conlleva a que no se cumplan muchos de los objetivos trazados por esta organización.

1.3 ALCANCES DEL ESTUDIO.

La presente investigación a sido realizada en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A, siendo de gran importancia el diagnostico de como se desarrolla la Comunicación Interna entre los trabajadores de la empresa, y asi poder corregir el acconar de los trabajadores con el único fin de cumplir con los objetivos Institucionales.

En ese sentido, habiendo realizado el estudio y obteniendo resultados de las mismas, se plantea la presente investigación para determinar el grado de la percepcion de la comunicación interna ascendente, comunicación interna descendente y la

comunicación interna horizontal, y así contribuir con la mejora de esta herramienta de suma importancia para la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

1.4 OBJETIVOS.

1.4.1 Objetivo general:

La presente investigación tiene como objetivo general:

Describir la percepción que tienen sobre la comunicación interna los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, 2019.

1.4.2 Objetivos específicos:

Mientras que los objetivos específicos de la presente investigación son los siguientes:

a) Describir la percepción que tienen sobre la comunicación interna ascendente los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte 2019.

b) Describir la percepción de la comunicación interna descendente los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte 2019.

c) Describir la percepción de la comunicación interna horizontal los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte 2019.

II. REVISIÓN DE LITERATURA.

2.1 Antecedentes.

Contreras H. (2012). *Estudio y Estrategia de Comunicación Interna para una empresa de confección textil: El caso de Textiles El Carmen* (tesis de pregrado). Universidad de San Carlos, Guatemala, manifiesta su objetivo de conocer la planificación de la comunicación interna para aplicarse en la Empresa Textiles El Carmen y así un entorno adecuado para la culminación de los objetivos de la institución, para ello empleó la investigación básica, con enfoque cuantitativo y nivel de investigación descriptivo, mediante el cual se realizó la observación directa al momento de la aplicación de las encuestas teniendo como muestra a 172 colaboradores pertenecientes a la Empresa Textil en mención; concluyendo que su comunicación interna es baja, desde la contratación de un nuevo colaborador, puesto que no se pone en práctica la inducción en el cual se brinde la información correcta y adecuada sobre el rol que desempeña cada colaborador.

Asimismo, León A. y Mejía S. (2010). *Propuestas de Comunicación Interna para la Municipalidad de Cuenca, Ecuador*, (tesis de pregrado). Universidad de Cuenca, Ecuador, manifiesta su objetivo de estudiar funciones y herramientas de la comunicación interna de la Municipalidad de Cuenca, para ello empleó una investigación descriptiva, ya que realizó la observación directa en el momento de llevar a cabo las encuestas, teniendo una muestra de 784 colaboradores pertenecientes a la

Municipalidad de Cuenca; concluyendo que su comunicación interna no es buena ya que los funcionarios de la empresa no tienen conocimiento pleno de las situaciones que se presentan en la organización.

Por otro lado, Quiñones E. (2017). *Relación de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional en la Gerencia de Producción Griferías de la Empresa VSI Industrial*, (tesis pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima Perú, manifiesta su objetivo de nivelar la relación comunicación interna y clima organizacional en la Gerencia Producción Griferías de la Empresa VSI Industrial, señalando la correlación directa de la comunicación interna con el clima organizacional en un mayor porcentaje; así también se indica que la comunicación interna tiene estrecho vínculo con las relaciones públicas; habiendo aplicado en su investigación el tipo básico con un nivel cuantitativo, no probabilístico, teniendo una muestra de 100 colaboradores; para lo cual desarrolló una metodología no experimental de corte transversal manteniendo sus variables de comunicación interna y clima organizacional; concluyendo que este tipo de comunicación interna está relacionado al clima organizacional arrojando resultados de incremento porcentual significativos.

Así también, Bendezú S. (2016). *La Comunicación Interna y su Incidencia en el fortalecimiento de la Igualdad Corporativa en la Municipalidad Distrital de La Perla, Callao*, (tesis pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima Perú, manifiesta que la finalidad fue estudiar la relación comunicación interna e igualdad corporativa en la Municipalidad Distrital de La Perla, Callao, para ello aplicó una investigación básica de nivel correlacional y de enfoque cualitativo, teniendo una población de 595 colaboradores de la Municipalidad Distrital de La Perla, Callao; y concluyendo que una buena comunicación interna es el soporte para las organizaciones en el logro de sus objetivos a efectos de direccionarlas a nuevos retos para cumplir las

metas establecidas y así lograr el posicionamiento de la organización.

Por su parte, Rojas (2016). *Formas de Comunicación Interna y Desarrollo Institucional del personal Administrativo nombrado de la Municipalidad Provincial de Barranca – 2016*, (tesis pregrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho Perú, manifiesta que su objetivo fue identificar las formas de comunicación interna y su evidencia en el crecimiento institucional en los colaboradores administrativos nombrados de la Municipalidad Provincial de Barranca – 2016, empleando una investigación aplicada con diseño metodológico no experimental, bajo el enfoque cuantitativo y teniendo una muestra de 100 colaboradores de la Municipalidad Provincial de Barranca; concluyendo que la comunicación interna evidencia un crecimiento institucional de los colaboradores administrativos nombrados en la Municipalidad Provincial de Barranca – 2016.

Por último, Rimey y Sánchez (2017). *Herramientas de la Comunicación Interna en los colaboradores de la Corte Superior de Justicia de Huaura – Sede Central Año 2017* (tesis pregrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho Perú, tuvo como finalidad demostrar la utilización frecuente de las herramientas de comunicación interna por los colaboradores de la Corte Superior de Justicia de Huaura – Sede Central Año 2017, para lo cual aplicó el tipo de investigación descriptivo, bajo el enfoque cuantitativo teniendo una población de 150 colaboradores de la Corte Superior de Justicia de Huaura – Sede Central; concluyendo: las herramientas de comunicación interna se emplean con una frecuencia media por los colaboradores.

2.2 Bases Teóricas.

2.2.1 La Comunicación.

Definiendo la comunicación se señala lo siguiente:

En todas las alturas de movimiento de una institución, las personas obtienen y propagan datos en todo momento. La comunicación es un componente importante, porque los dirigentes no laboran con cosas, sino con la información en su totalidad. Asimismo, sus funciones administrativas, solo pueden marchar en la experiencia a través de la comunicación. (Chiavenato, 2017, p. 19)

Asimismo, “la comunicación es la propagación y comprensión de un significado” (Robbins Stephenp. y Judge, 2017, p. 345)

Cabe resaltar que la comunicación es un cambio de palabras entre dos o más personas, en el que el emisor traslada una misiva al receptor por medio de un canal, esta comunicación es eficaz cuando se interpreta el mensaje en el sentido correcto y se logra obtener un resultado favorable para una determinada organización.

La Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, como toda organización requiere de aplicar la comunicación para el progreso en las labores y cumplimiento y alcance de sus metas. Siendo primordial aplicarla en todo ámbito (externa e interna). Para dichos logros de la organización es necesario que la comunicación funcione de manera óptima, toda vez que, es la única herramienta que permitirá que las diferentes áreas de la organización entrelacen funciones y estrategias que le permitan llegar a obtener todas las metas trazadas. Asimismo, es necesario que para que las buenas relaciones humanas funcionen de manera adecuada esta sea mucho mayor en todas sus áreas, ya que desde el más alto nivel jerárquico será necesario

coadyuvar con ideas que permitan mejorar las condiciones tanto empresariales como laborales.

2.2.2 La Comunicación Organizacional.

De la misma manera se señala que “la comunicación organizacional es un sumario mediante el cual los individuos realizan el cambio de información en una institución”.

(Chiavenato, 2017, p. 204)

El método estratégico de comunicación, Editorial UOC, manifiesta que:

Para señalar a la comunicación organizacional es necesario conocer la definición de organización, como una entidad social creada para lograr las metas mediante la capacidad humana y recursos diversos como la investigación y otros.

Como entidad de la sociedad es la organización sea pública, privada, mixta u organización no gubernamental, su misión diaria, en un plazo correspondiente, que involucra una interrelación entre personas y/o grupos llamados públicos, que pueden ser internos o externos. Esta interrelación es una estructura de comunicación y requiere de un trabajo especializado llamado dirección de comunicación de la organización o comunicación organizacional.

(Saab, 2015), *El Plan Estratégico de Comunicación, método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=K5HLDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+de+comunicacion+gratis+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiUyKTAuqnlAhVtQt8KHUZ_DMoQ6AEISDAE#v=onepage&q&f=false fluida

También se indica que:

La comunicación organizacional es la que prevalece en las organizaciones, incluida en sus culturas y normas. Por lo tanto, la comunicación que existe en los empleados de todos los niveles, los superiores y sus subordinados, y los dirigentes con toda la organización, será fácil. (Castro, 2014, p. 5)

Por lo tanto, la comunicación organizacional es el soporte para los integrantes de una institución, puesto que, concede expresar los diferentes puntos de vista y desarrollar la información necesaria para normar actividades; facilita lograr alcanzar las metas empresariales como personales, la comunicación sirve como instrumento mediante el cual los colaboradores logran adaptarse a la organización.

2.2.3 La Comunicación Interna.

La comunicación interna es la que va direccionada a los asistentes que se encuentra en una organización, es decir, los colaboradores, sea cual sea su nivel dentro de ésta. Está unida a la necesidad de las compañías para producir en su equipo humano e integrarlo en la organización y hacerlo copartícipe en la empresa. Ello, tratando de fortificar la relación empresa y trabajadores. Puesto que, con colaboradores motivados, la empresa logra ser más profesional y eficaz. (Nal3, 2016). *Comunicación interna y externa: claves en tu empresa*. Recuperado de: <https://www.nal3.com/es/central-de-contenidos/comunicacion-interna-y-externa-claves-en-tu-empresa>

Respecto a la comunicación interna:

El fin de la comunicación interna en las organizaciones es admitir el impulso de cada uno de sus miembros. La comunicación interna en la organización establece uno de los puntos importantes que logrará pronunciar las interacciones en medio de las distintas áreas de la empresa. (Chiang, 2012, p. 87)

Para la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, conforme a nuestra investigación la comunicación interna se ha transformado en la columna más importante para lograr proyectar la imagen corporativa planteada desde su misión y visión, herramientas que se han obtenido con la puesta en práctica de las diversas estrategias en cada uno de sus niveles, esperando obtener los mejores resultados que se proyecten también de manera externa hacia sus usuarios.

2.2.3.1 Clasificación de la Comunicación Interna.

La comunicación interna se clasifica en dos:

- a) Comunicación formal: forma de interacción que abarca aspectos de trabajo principalmente. Siendo planteada por la organización. Utilizando principalmente los documentos como forma de expresión y canales administrativamente instituidos. Siendo pausada en mayor proporción a la informal ya que necesita de las directivas y periodos institucionales.
- b) Comunicación informal: forma de interacción que abarca temas laborales, no marcha por canales formales, utilizando canales no formales tales como: conversaciones entre integrantes de la organización, coincidencias

en distintos ambientes tales como el baño, ascensor, pasillos, etc. La mayor ventaja que tiene es la rapidez a la hora de propalarse, pudiendo generar un mal entendido que termine resultando un rumor. (Brandolini, Gonzáles Frígoli, & Hopkins, 2008, p. 34)

2.2.4 Flujos de la Comunicación.

Al respecto de flujos de la comunicación:

La comunicación se modifica durante el proceso, el cual conlleva a que la parte destinataria casi siempre reciba un mensaje que difiere al original, pues el propósito se transforma durante su desarrollo. La comunicación organizacional de manera frecuente trabaja como si los mensajes y los significados entre los dirigentes y los integrantes de la organización pasaran por un atasco.

Los canales de comunicación formal establecen como parte del mando o compromiso definido por la organización. Clasificándose en: las descendentes, las ascendentes y las horizontales. (Chiavenato, 2017, p. 204)

a) Las comunicaciones descendentes:

Son misivas emitidas de los dirigentes a los dependientes, mejor dicho, de arriba hacia abajo. Esta forma de misiva está orientada a establecer cercanía y un clima laboral apropiado para hallar procedimientos a los problemas de una determinada institución. La comunicación de los administradores puede darse a través de diálogos, reuniones, misivas en comunicados de la organización, e mails, llamado telefónicoos, memorandos, videos, seminarios, cartas y

manuales de políticas y procedimientos (Chiavenato, 2017, p. 204)

b) Las comunicaciones ascendentes:

Son misivas emitidas de los niveles inferiores hacia los niveles superiores de la jerarquía organizacional. Tiene 5 tipologías de comunicación: problemas y excepciones, recomendaciones para progresar, opiniones de rendimiento, datos contables y financieros (Chiavenato, 2017, p. 204-205)

c) Las comunicaciones horizontales:

Son mensajes entre colegas que se dan de manera lateral o diagonal. Se logran dar dentro o a lo largo de las áreas de una organización. La intención de ello, es informar y requerir acciones de soporte y coordinación. Tiene tres jerarquías de comunicación horizontal: resultados de problemas interdepartamentales, coordinación interdepartamental y consultoría del staff para las áreas de línea.

Asimismo, manifiesta que: “la comunicación puede fluir de forma vertical o lateral, a través de redes de grupos formales pequeños o de los rumores informales. Asimismo, la dimensión vertical se subdivide en las direcciones ascendentes y descendentes (Robbins Stephenp. y Judge, 2017, p. 347)

2.3 Definiciones conceptuales.

Comunicación.- es la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores siendo reciproco; logrando un proceso de intercambio de información que beneficia la producción social de sentidos. (Gerhild , Bain, & Shikiya, 2015)

Comunicación interna.- son las acciones que se dan entre la institución, sus miembros, y entre ellos mismos, buscando las buenas relaciones (interacciones rentables para la institución), a través de varios medios específicos. (Comunicación Organizacional, 2009)

Comunicación organizacional.- es la interrelación dada en una institución. Procesos dentro de la organización que ven el intercambio de información, los medios empleados y los individuos (a través de su cultura, actitudes, sentimientos y capacidades). Es la disciplina dedicada a estudiar y teorizar acerca de lo anterior con la voluntad de mostrar a las organizaciones sociales. (Comunicación Organizacional, 2009)

Canales de Comunicación.- es un medio físico mediante el cual se efectúa mediante un acto comunicativo, vale decir, que sirve para el trueque de información entre un emisor y uno o más receptores. Es solo un integrante de los elementos indispensables para que en la transformación de la comunicación se cumpla de manera segura e idónea. Es sumamente importante ya que todo acto de comunicación requiere de la transmisión de información a través de un elemento físico, concreto. (Portal de Relaciones Publicas, 2001)

Canal formal.- es aquel impartido por la empresa, mediante el cual los mensajes surgen en tres orientaciones, abajo, arriba y hacia los lados. (Portal de Relaciones Publicas, 2001)

Canal informal.- nacen a partir de ideas conjuntas entre las personas que se desenvuelven en la compañía. De la misma manera los rumores se convierten en un canal muy poderoso, debido a que los mensajes frecuentemente están encubiertos, pero que con frecuencia son más certeros que los que se obtienen por canales formales y son más acelerados. (Portal de Relaciones Publicas, 2001)

Comunicación descendente.- aquella mediante el cual el emisor de la comunicación está posicionado en una jerarquía más alta que las personas a las que van direccionados sus mensajes. (Glosario de Comunicación Interna: definiciones indispensables para tu día a día, 2017)

Comunicación ascendente.- es aquella expresada por una persona de una jerarquía inferior hacía una persona o grupo de personas con nivel más alto en la estructura de organización funcional. Son informes, peticiones, opiniones, quejas. (Glosario de Comunicación Interna: definiciones indispensables para tu día a día, 2017)

Comunicación horizontal.- se da cuando el emisor mantiene una comunicación con alguien de su mismo nivel jerárquico, se transmiten entre las diferentes áreas y/o departamentos y/o áreas, funciones o personas de la misma jerarquía en la empresa. (Glosario de Comunicación Interna: definiciones indispensables para tu día a día, 2017)

III. MATERIAL Y MÉTODOS.

Nuestro trabajo de investigación desarrolló la siguiente metodología:

3.1 Tipo de Investigación.

Se desarrolló una investigación Básica que nos posibilitó recabar información de una determinada realidad para el enriquecimiento de nuestros conocimientos sin realizar modificación en la variable.

La investigación básica:

Llamada también fundamental, aquella que investiga el avance probado, acrecentando las ilustraciones teóricas, sin direccionarse a través de probables aplicaciones o resultados prácticos; es más formal y busca la generalidad con vista a un perfeccionamiento de una hipótesis establecida en compendios y leyes. (Zorrilla, 1993, p. 43)

3.2 Nivel de Investigación.

Nuestra investigación se desarrolló a través un estudio de nivel descriptivo ya que nos permitió recabar información y mostrarnos la realidad tal y como se presentó en un determinado espacio.

Para el nivel de investigación: “abarca la descripción, registro, observación e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o desarrollo de los fenómenos”. (Tamayo, 1981, p. 35)

3.3 Diseño de Investigación.

Nuestra investigación fue de un diseño No Experimental, transversal puesto que nos permitió recolectar los datos en un solo momento y en un tiempo único, recabando información sin manipular los hechos o situaciones que se dan en el medio en el cual realizaremos nuestro estudio.

El diseño no experimental se conceptualiza a aquella investigación que se efectúa sin el manejo premeditado de las variables, es decir, son estudios en los que no se realizan variaciones de manera intencional en las variables independientes se observa la consecuencia sobre las demás. Lo que se realiza en la investigación no experimental es estudiar fenómenos y la manera en la que se desarrollan en su entorno inicial para estudiarlos. (Sampieri, 2014, p. 152)

3.4 Enfoque de Investigación.

Nuestra investigación fue de enfoque cuantitativo, puesto que, a través de ello

nos ayudó a describir las características de nuestra población para su comprensión, basándonos en el análisis de datos y uso de la estadística.

Al respecto:

El enfoque cuantitativo es de sucesión y probatorio. Cada período se antepone al sucesivo y no se puede “obviar” o esquivar pasos. El rango de ello es inexorable, aunque podemos replantear las etapas. Iniciándose en una idea que va delimitando derivándose en finalidad e interrogantes de estudio, se estudia la literatura y se elabora un determinado contexto o una visión teórica. De los cuestionamientos se implantan hipótesis que establezcan variables; se diseña un proyecto para evidenciar; midiendo las variables en un determinado entorno; se observan los datos obtenidos utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones. (Sampieri, 2014, p. 4)

3.5 Población y Muestra.

Poblacion: la población total es de 200 colaboradores

Muestra : y la muestra con la que trabajamos fue de 132 colboradores.

Nuestra investigación se aplicó en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte, teniendo una población de 200 colaboradores, según el registro de planillas de la Oficina de Recursos Humanos y Logística de la Empresa a los cuales se les aplicó la técnica de la encuesta.

“Toda investigación debe ser clara, manteniéndose sujeta a crítica y argumento,

siendo ello factible si el investigador demarca con claridad la población a ser analizada y hace explícito el proceso de selección de su muestra”. (Sampieri, 2014, p. 170).

3.6 Técnicas a emplear.

Nuestra investigación utilizó la técnica de la encuesta, desarrollada en un cuestionario tipo Likert.

“El escalamiento de Likert, es un grupo de preguntas que se presentan de manera afirmativa para calcular la respuesta del encuestado en tres, cinco o siete categorías” (Sampieri, 2014, p. 238).

En este caso, se procedió a efectuar el procesamiento de datos del tamaño de muestra a través de la siguiente fórmula:

$$N = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde:

N = tamaño de la población = 200

Z = nivel de confianza = 1.960

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada = 0.5

q = probabilidad de fracaso = 0.05

$d = \text{precisión (error máximo admisible en términos de proporción)} = 95\%$

Por lo que aplicando la fórmula citada se obtiene el resultado de la muestra en **132 COLABORADORES.**

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

4.1 Presentación de resultados.

Análisis descriptivo de los resultados de la variable Comunicación Interna.

1. ¿Considera usted que existen buenos canales de comunicación en la empresa?

Tabla 1. *Distribución y porcentajes sobre los buenos canales de comunicación*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	3	2,3
Casi nunca	27	20,5
A veces	79	59,8
Casi siempre	2	1,5
Siempre	21	15,9
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

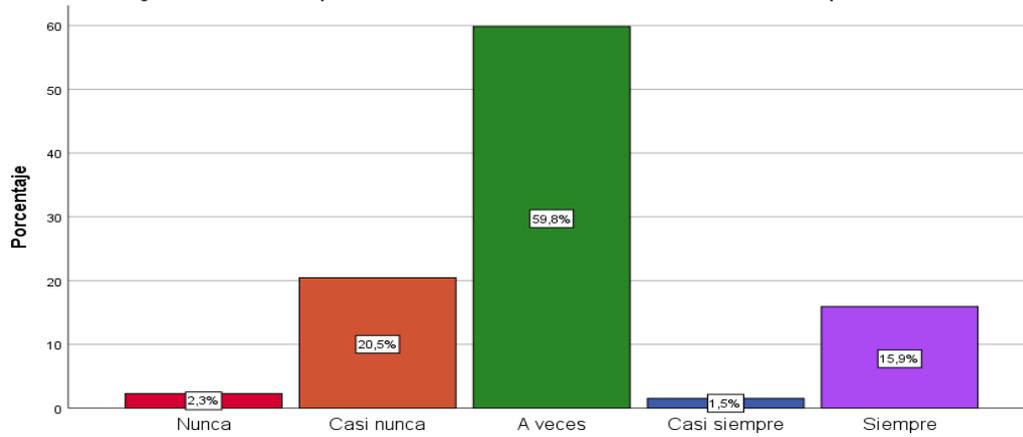


Figura 1. Distribución y porcentajes sobre los buenos canales de comunicación

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 59,8% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A manifiestan que a veces existe un buen canal de comunicación en la empresa, mientras que solo un 20,5% manifiesta que casi nunca existe un buen canal de comunicación.

Esto refleja la falta de aplicación de buenos canales de comunicación en la Empresa Prestadora de Servicios de Aguas de Lima Norte S.A.

2.- ¿Considera usted que sus superiores se preocupan por mantener la comunicación con los colaboradores de la empresa?

Tabla 2. Frecuencias y porcentaje sobre la comunicación de los superiores con sus colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	5,3
Casi nunca	31	23,5
A veces	79	59,8
Casi siempre	1	,8
Siempre	14	10,6
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

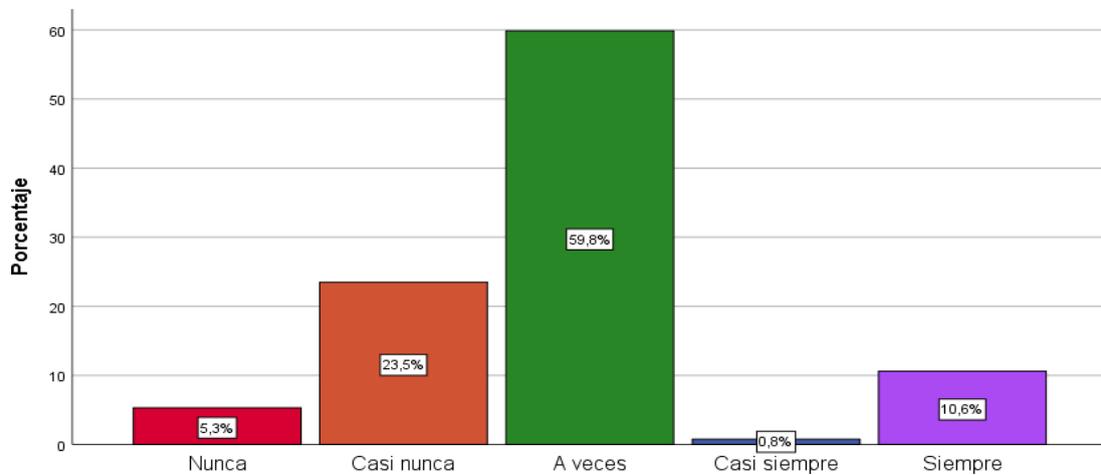


Figura 2. Frecuencias y porcentaje sobre la comunicación de los superiores con sus colaboradores

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 59,8% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A manifiestan que a veces existe una

buena comunicación con los trabajadores de la empresa, mientras que solo un 23,8% manifiesta que casi nunca existe una buena comunicación con los trabajadores de la empresa

Esto refleja la falta de aplicación de estrategias para una buena comunicación en la Empresa Prestadora de Servicios de Aguas de Lima Norte S.A.

3.- ¿Considera usted que su puesto en la empresa está en relación con la experiencia que posee?

Tabla 3. Frecuencias y porcentaje sobre relación con la experiencia que posee el colaborador

Frecuencia		Porcentaje
Nunca	6	4,5
Casi nunca	40	30,3
A veces	61	46,2
Casi siempre	3	2,3
Siempre	22	16,7
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

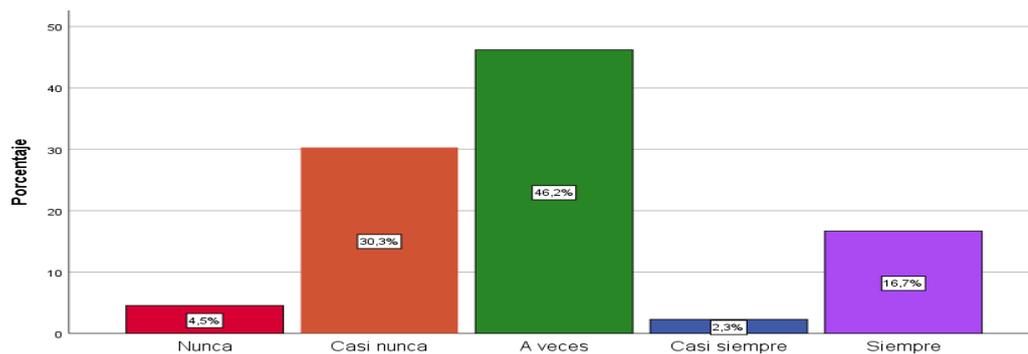


Figura 3. Frecuencias y porcentaje sobre relación con la experiencia que posee el colaborador

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 46,2% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A. manifiestan que su puesto tiene relación con la experiencia que posee, mientras que solo un 30,3% manifiesta que casi nunca tiene relación su puesto de trabajo con la experiencia que posee.

Esto refleja la falta de una mejor distribución del personal en relación a la experiencia que poseen los colaboradores en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

4.- ¿Cree usted que su puesto en la empresa está en relación con su titulación académica?

Tabla 4. Frecuencias y porcentaje sobre la relación del puesto de trabajo con su titulación académica

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	9	6,8
Casi nunca	45	34,1
A veces	55	41,7
Casi siempre	4	3,0
Siempre	19	14,4
Total	132	100,0

Nota Datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

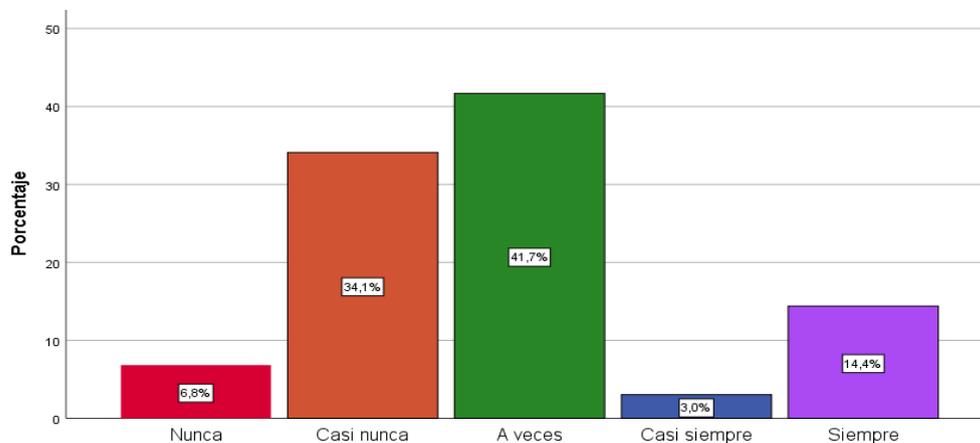


Figura 4. Frecuencias y porcentaje sobre la relación del puesto de trabajo con su titulación académica

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 41,7% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A manifiestan que a veces su puesto

de trabajo tiene relación con su titulación académica, mientras que solo un 34,1% manifiesta que casi nunca puesto de trabajo tiene relación con su titulación académica.

Esto refleja la falta de aplicación de una buena relación de los puestos de trabajo con la titulación de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios de Aguas de Lima Norte S.A.

5.- ¿Cree usted que su puesto en la empresa está lo suficientemente valorado?

Tabla 5. Frecuencias y porcentaje sobre si el puesto de trabajo está lo suficientemente valorado

Frecuencia		Porcentaje
Nunca	6	4,5
Casi nunca	40	30,3
A veces ²	61	46,2
Casi siempre	3	2,3
Siempre	22	16,7
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

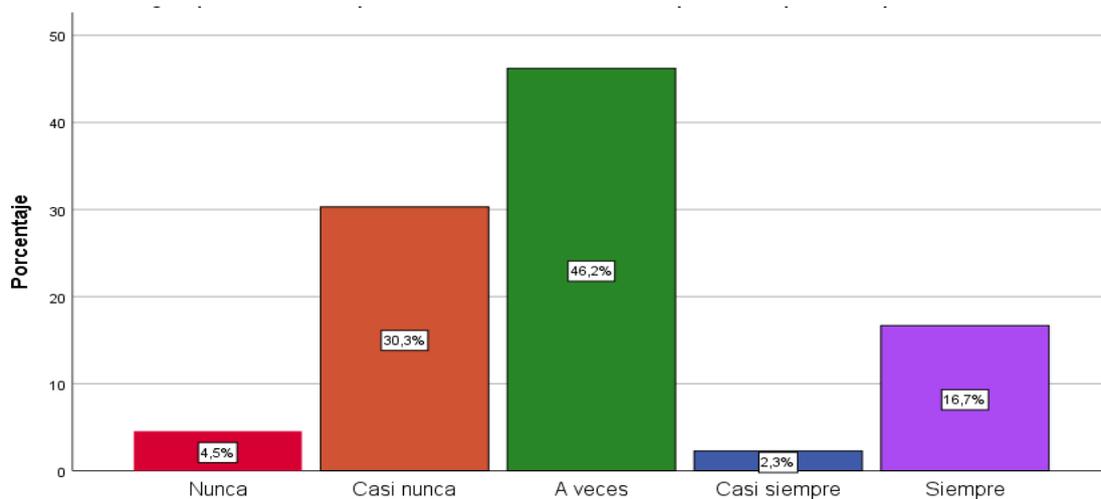


Figura 5. Frecuencias y porcentaje sobre si el puesto de trabajo está lo suficientemente valorado

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 46,2% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A manifiestan que a veces su puesto de trabajo está lo suficientemente valorado, mientras que solo un 30,3% manifiesta que casi nunca su puesto de trabajo está valorado.

Esto refleja la falta de valoración de los puestos de trabajo de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios de Aguas de Lima Norte S.A.

6.- ¿Considera usted que su trabajo está bien remunerado?

Tabla 6. Frecuencias y porcentaje sobre si considera que su trabajo está bien remunerado

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	5,3
Casi nunca	51	38,6
A veces	56	42,4
Casi siempre	2	1,5
Siempre	16	12,1
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

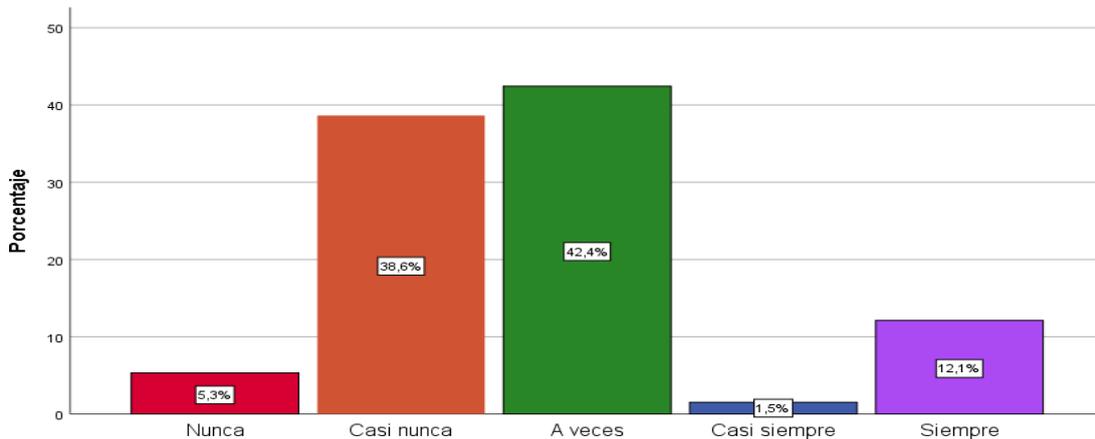


Figura 6. Frecuencias y porcentaje sobre si considera que su trabajo está bien remunerado

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 42,4% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A manifiestan que a veces su puesto de trabajo está bien remunerado, mientras que solo un 38,6% manifiesta que casi nunca su puesto de trabajo está bien remunerado.

Esto refleja la falta de una buena remuneración por el puesto de trabajo que ocupan los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios de Aguas de Lima Norte

S.A.

7.- ¿Cree usted que existe posibilidad de mejora de las condiciones laborales en la empresa?

Tabla 7. Frecuencias y porcentaje sobre la posibilidad de mejora de las condiciones laborales en la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	7,6
Casi nunca	41	31,1
A veces	64	48,5
Casi siempre	2	1,5
Siempre	15	11,4
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

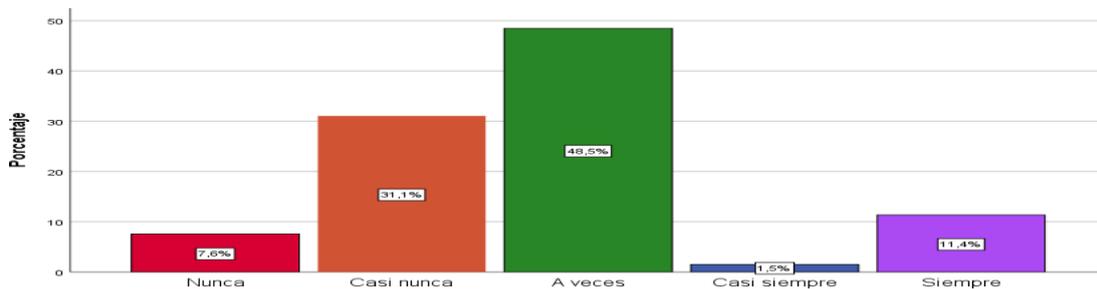


Figura 7. Frecuencias y porcentaje sobre la posibilidad de mejora de las condiciones laborales en la empresa

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 48,5% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A manifiestan que a veces existe la posibilidad de mejora en la empresa, mientras que un 31,1% manifiesta que casi nunca existe la posibilidad de mejora en la empresa.

Esto refleja que los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios de Aguas de Lima Norte S.A. creen que solo a veces existe la posibilidad de mejora laboral.

8.- ¿Cree que sus superiores tienen un buen trato con usted?

Tabla 8. Frecuencias y porcentaje sobre el buen trato de sus superiores

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	4,5
Casi nunca	23	17,4
A veces	82	62,1
Casi siempre	2	1,5
Siempre	19	14,4
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

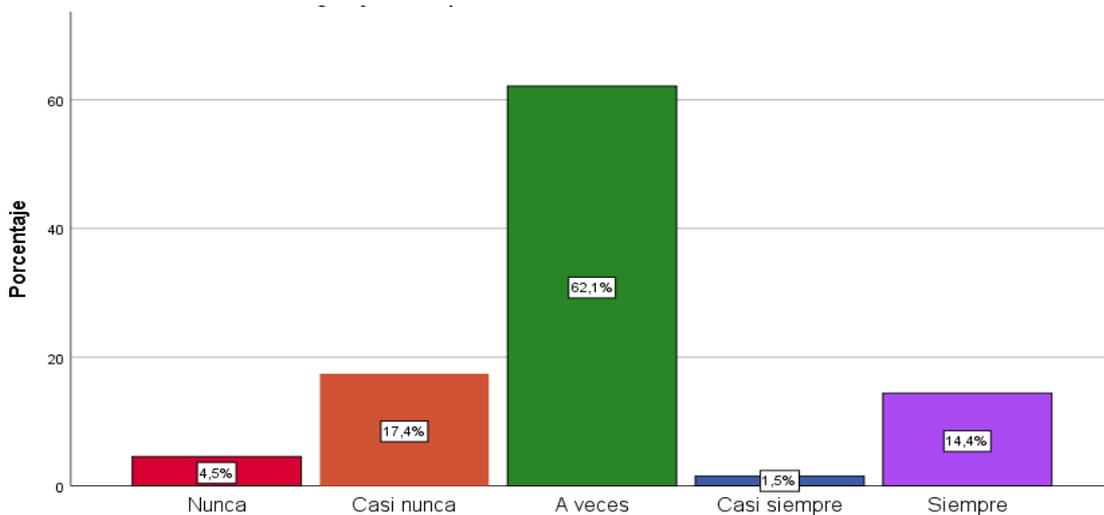


Figura 8. Frecuencias y porcentaje sobre el buen trato de sus superiores

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 62,1% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A manifiestan que a veces existe un buen trato de su jefe o superior, mientras que un 17,4% manifiesta que existe un buen trato de su jefe o superior.

Esto refleja la falta de aplicación de un buen trato de los jefes o superiores para con los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

9.- ¿Considera usted adecuado el nivel de exigencia laboral por parte de sus superiores?

Tabla 9. Frecuencias y porcentaje sobre el nivel adecuado de exigencia por parte de los superiores

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,0
Casi nunca	39	29,5
A veces	71	53,8
Casi siempre	2	1,5
Siempre	16	12,1
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

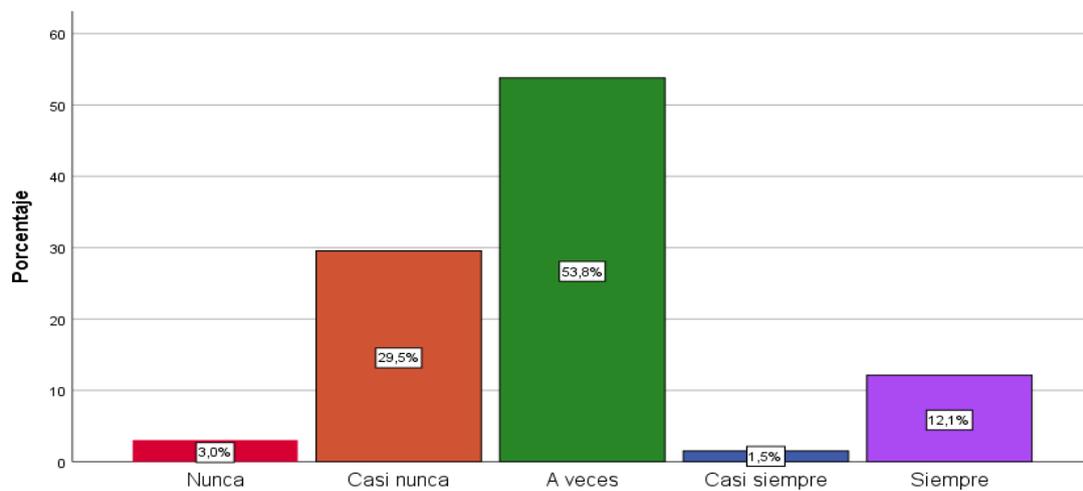


Figura 9. Frecuencias y porcentaje sobre el nivel adecuado de exigencia por parte de los superiores

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 53,8% de los colaboradores de la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A manifiestan que a veces considera adecuado el nivel de exigencia por parte de su jefe, mientras que el 29,5% manifiestan que casi nunca considera adecuado el nivel de exigencia por parte de su jefe.

Esto refleja la falta de aplicación de adecuado nivel de exigencia por parte de los jefes para con los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

10.- ¿Considera usted que su jefe inmediato es comunicativo durante el desarrollo de sus labores?

Tabla 10. Frecuencias y porcentaje si considera que su jefe es comunicativo durante el desarrollo de sus labores

Frecuencia		Porcentaje
Nunca	5	3,8
Casi nunca	51	38,6
A veces	59	44,7
Casi siempre	3	2,3
Siempre	14	10,6
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

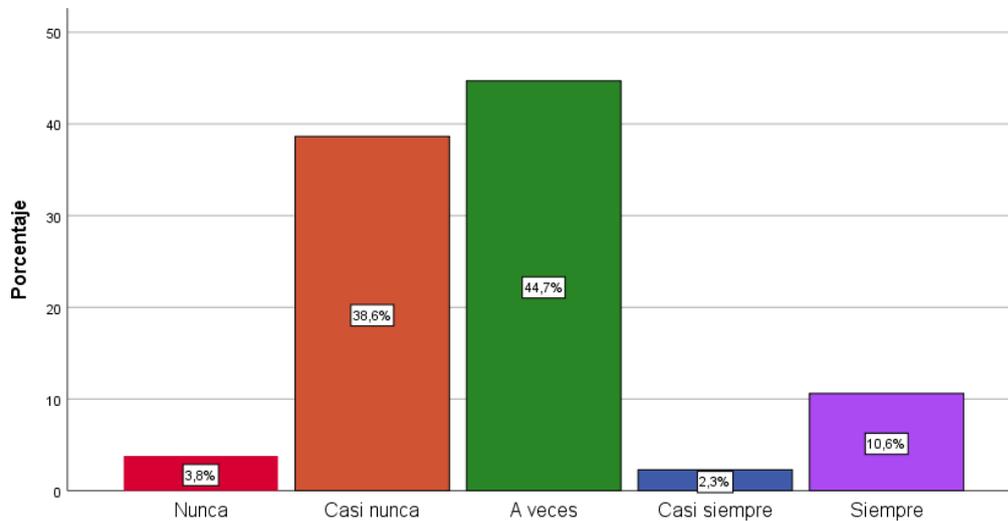


Figura 10. Frecuencias y porcentaje si considera que su jefe es comunicativo durante el desarrollo de sus labores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 44,7% de los colaboradores de la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A considera que a veces su jefe es comunicativo, mientras que el 38,6% manifiestan que casi nunca su jefe es comunicativo

Esto refleja la falta de aplicación de una buena comunicación por parte de los jefes para con los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

11.- ¿Considera usted que existe una buena comunicación descendente entre los superiores y los colaboradores?

Tabla 11. Frecuencias y porcentaje acerca de la buena comunicación descendente entre los superiores y los colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	9	6,8
Casi nunca	49	37,1
A veces	58	43,9
Casi siempre	1	,8
Siempre	15	11,4
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

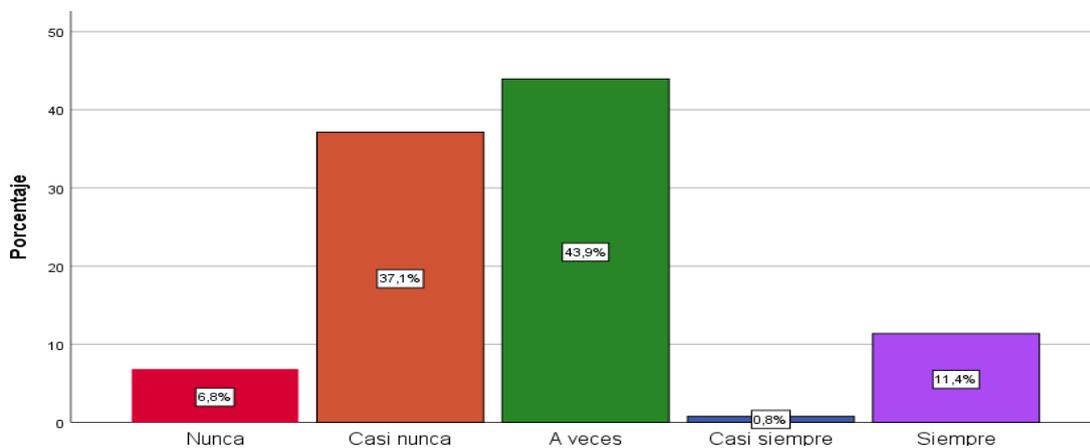


Figura 11. Frecuencias y porcentaje acerca de la buena comunicación descendente entre los superiores y los colaboradores

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 43,9% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A considera que a veces es buena la comunicación descendente entre jefes y subordinados, mientras que el 37,1% manifiesta

que casi nunca es buena la comunicación de arriba abajo entre jefes y subordinados.

Esto refleja la falta de aplicación de una buena comunicación descendente entre jefes y subordinados con los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

12.- ¿Considera usted que existe una buena comunicación ascendente entre colaboradores y superiores?

Tabla 12. Frecuencias y porcentaje acerca de la buena comunicación ascendente entre los superiores y los colaboradores

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	8,3
Casi nunca	44	33,3
A veces	62	47,0
Casi siempre	1	,8
Siempre	14	10,6
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

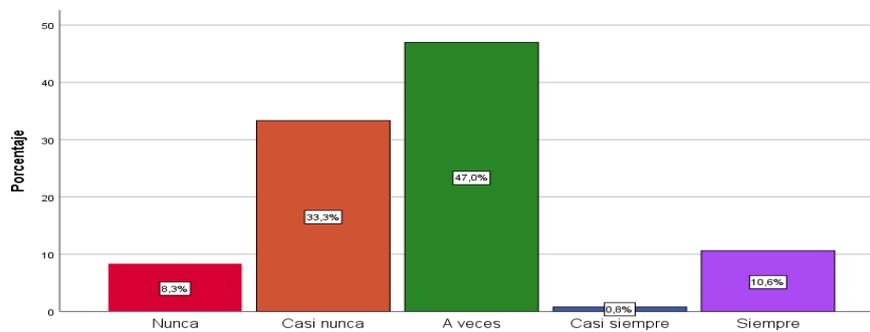


Figura 12. Frecuencias y porcentaje acerca de la buena comunicación ascendente entre los superiores y los colaboradores

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 47% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A considera que a veces es buena la comunicación de abajo a arriba entre subordinados y jefes, mientras que el 33,3%

manifiesta que casi nunca es buena la comunicación ascendente entre subordinados y jefes.

Esto refleja la falta de aplicación de una buena comunicación ascendente entre subordinados y jefes de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

13.- ¿Utiliza usted alguna herramienta de comunicación interna en sus labores?

Tabla 13. Frecuencia y porcentajes del uso de alguna herramienta de comunicación interna en las labores

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	7,6
Casi nunca	45	34,1
A veces	53	40,2
Casi siempre	1	,8
Siempre	23	17,4
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

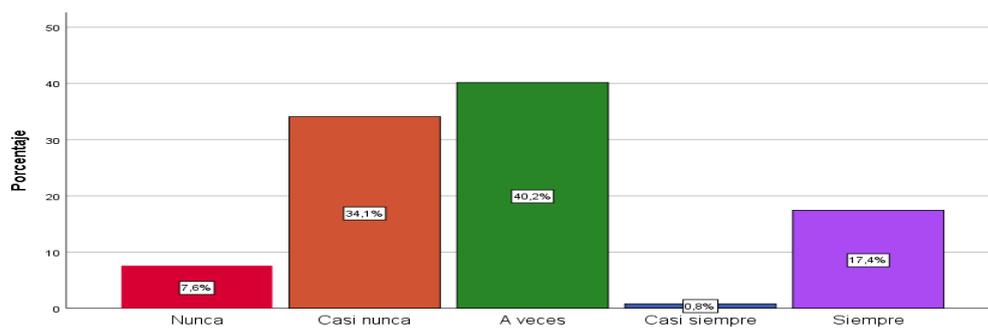


Figura 13. Frecuencia y porcentajes del uso de alguna herramienta de comunicación interna en las labores.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 40,2% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A utiliza herramientas de comunicación interna en las labores, mientras que un 34,13% manifiesta que casi nunca utilizan herramientas de comunicación interna en las labores.

Esto refleja la falta de aplicación de la buena utilización de las herramientas de comunicación interna en los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

14.- ¿Cree usted que la comunicación interna está bien manejada en la empresa?

Tabla 14. Frecuencias y porcentaje acerca de si cree que la comunicación interna está bien manejada en la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	9	6,8
Casi nunca	45	34,1
A veces	66	50,0
Casi siempre	1	,8
Siempre	11	8,3
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

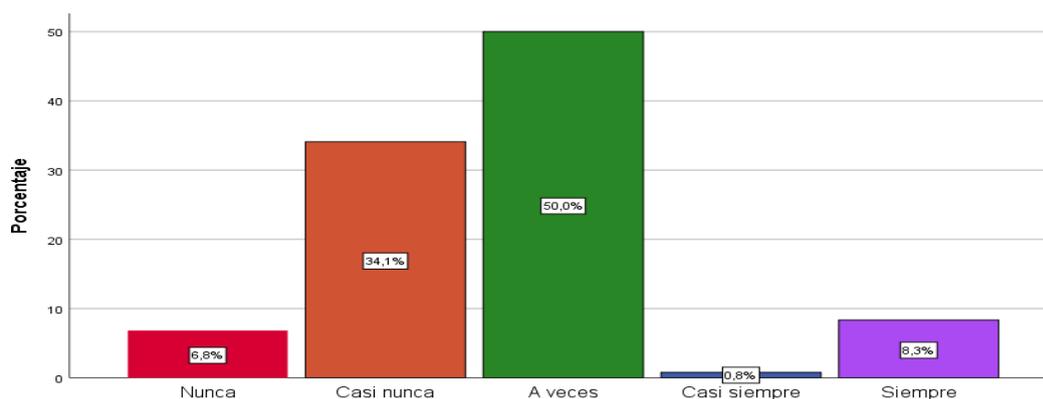


Figura 14. Frecuencias y porcentaje acerca de si cree que la comunicación interna está bien manejada en la empresa

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 50% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A considera que a veces la empresa maneja bien la comunicación interna, mientras que un 34,1% manifiesta que casi nunca manejan bien la comunicación interna.

Esto refleja la falta de aplicación de un mejor manejo de la comunicación interna en

los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

15.- ¿Considera usted que el trabajo que realiza en la empresa es útil?

Tabla 15. Frecuencias y porcentaje acerca de si realiza un trabajo útil para la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	,8
Casi nunca	24	18,2
A veces	83	62,9
Casi siempre	3	2,3
Siempre	21	15,9
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

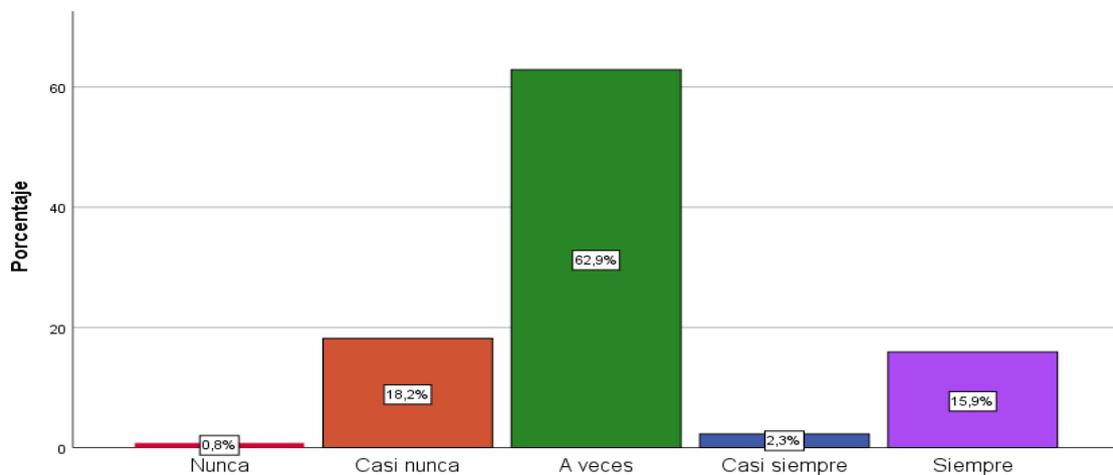


Figura 15. Frecuencias y porcentaje acerca de si realiza un trabajo útil para la empresa

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 62,9% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A considera que a realiza un trabajo útil para la empresa, mientras que un 18,2% manifiesta que casi nunca realiza un trabajo útil para la empresa.

Esto refleja la falta de motivación de los colaboradores de la Empresa Prestadora de

Servicios Aguas de Lima Norte S.A. para realizar un trabajo que resulte útil.

16.- ¿Cree usted que existe un nivel de seguridad laboral a futuro en la empresa?

Tabla 16. Frecuencias y porcentaje acerca de si existe un nivel de seguridad laboral a futuro en la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	4	3,0
Casi nunca	37	28,0
A veces	68	51,5
Casi siempre	2	1,5
Siempre	21	15,9
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

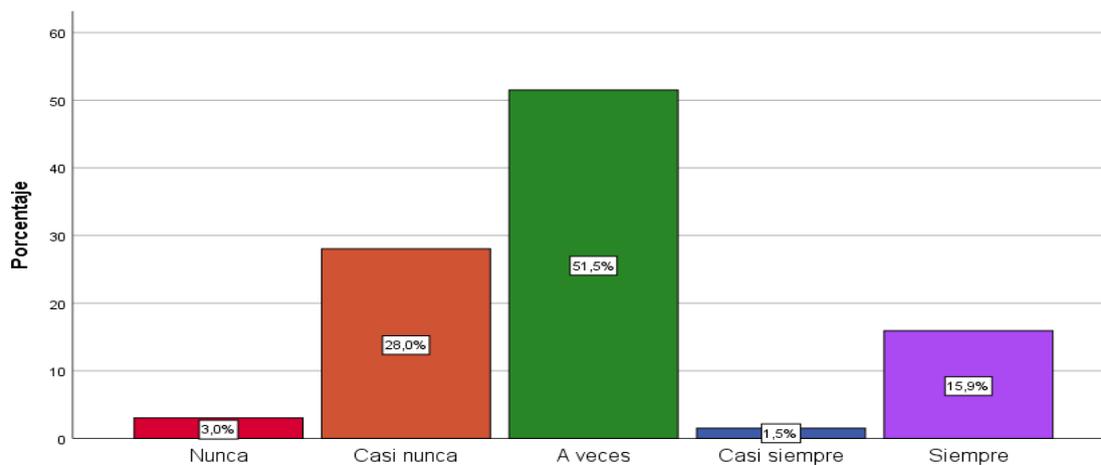


Figura 16. Frecuencias y porcentaje acerca de si existe un nivel de seguridad laboral a futuro en la empresa

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 51,5% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A considera que a veces tiene un

grado de seguridad en su labor, con mira al futuro, mientras que un 28, % manifiesta que casi nunca tiene un grado de seguridad laboral, con mira al futuro

Esto refleja la falta de seguridad en su trabajo con cara al futuro de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

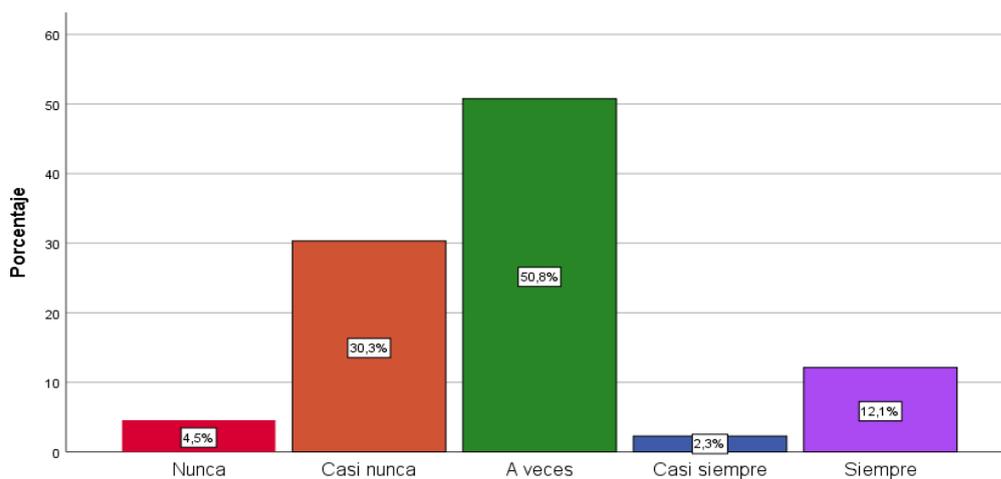
17.- ¿Cree usted que es posible promover laboralmente a los colaboradores en base a sus resultados de productividad?

Tabla 17. Frecuencias y porcentaje acerca de promover laboralmente a los colaboradores en base a sus resultados de productividad

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	4,5
Casi nunca	40	30,3
A veces	67	50,8
Casi siempre	3	2,3
Siempre	16	12,1
Total	13	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A

Figura 17. Frecuencias y porcentaje acerca de promover laboralmente a los colaboradores en base a sus resultados de productividad



Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 50,8% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A considera que a existe la posibilidad de una promoción laboral de acuerdo a resultados, mientras que un 30,3, % manifiesta que casi nunca considera que hay una promoción laboral de acuerdo a resultados. Esto refleja la falta estrategias para una promoción laboral de acuerdo a resultados de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

18.- ¿Cree usted que en la empresa existe igualdad de oportunidades laborales para los empleados?

Tabla 18. Frecuencias y porcentaje acerca de si existe igualdad de oportunidades laborales para los empleados

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	5,3
Casi nunca	38	28,8
A veces	69	52,3
Casi siempre	3	2,3
Siempre	15	11,4
Total	132	100,0

Nota: datos obtenidos a partir del cuestionario de Comunicación Interna en la Empresa

Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

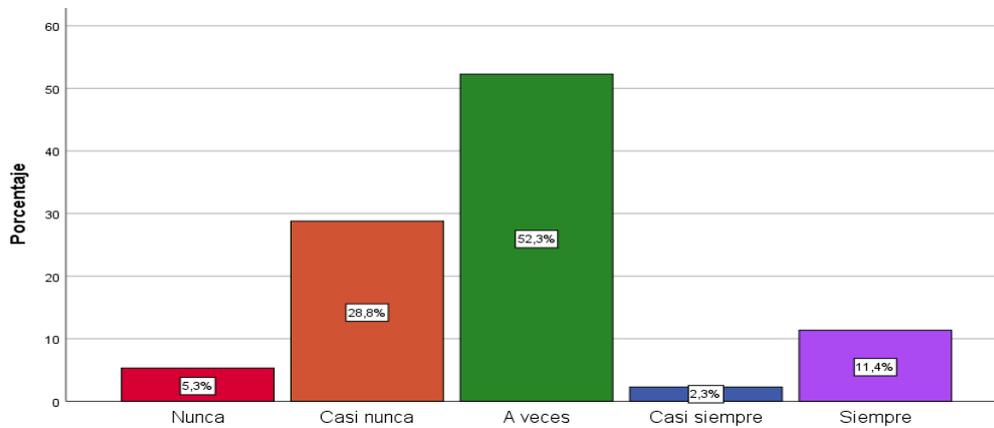


Figura 18. Frecuencias y porcentaje acerca de si existe igualdad de oportunidades laborales para los empleados

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 52,3% de los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A considera que a veces existe la igualdad de oportunidades entre los empleados, mientras que un 28,8, % manifiesta que casi nunca existe la igualdad de oportunidades entre los empleados.

Esto refleja la falta estrategias para que exista la igualdad de oportunidades entre los colaboradores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A.

4.2 Discusión.

Habiendo terminado nuestro proceso de investigación a través de la aplicación de nuestro instrumento de trabajo (encuesta) y con los resultados obtenidos, podemos indicar y reafirmar lo que en un inicio pensamos de manera hipotética y que a nuestro entender es correcto, es que la comunicación interna en la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte S.A., es vista de manera negativa, puesto que la empresa no ha concientizado a los colaboradores a que se compenetre con la cultura organizacional de la empresa para que puedan lograr los objetivos empresariales.

Si lo constatado a través del presente trabajo de investigación, lo comparamos con lo obtenido por Contreras (2012), en su trabajo de investigación quien concluyó que la comunicación interna en la empresa textil es una miscelánea de comunicación formal e informal ya que la comunicación que llega a sus colaboradores es hondamente básica y pobre en contenido para concientizar el propósito, logros y objetivos que quiere alcanzar la empresa.

De la misma manera podemos contrastar con lo obtenido por León y Mejía (2010), quien en su investigación concluyó que la comunicación interna organizacional es el punto central de cualquier organización debido a que es el que organiza y lleva a cabo los objetivos que debe cumplir la organización.

De la misma manera, Quiñones (2017), en su investigación asegura que la comunicación organizacional se encuentra relacionada elocuentemente con el clima organizacional, puesto que si existe un flujo de comunicación interna y logra que los colaboradores lleguen al cumplimiento de los objetivos organizacionales y a su vez la organización promueve de manera laboral como económica los logros obtenidos, los colaboradores se sentirán identificados logrando realizar una mejor labor en sus puestos de trabajo llevando así a lograr la culminación de los objetivos y metas trazadas.

V. CONCLUSIONES.

El presente trabajo de investigación plantea las siguientes conclusiones:

- La percepción de la comunicación interna en trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte es negativa; debido a los diversos factores detallados durante la realización de la encuesta a cada uno de los colaboradores, tales como la falta de concientización de la política corporativa para la plena identificación con la empresa.
- Asimismo, se concluyó que la percepción de la comunicación interna ascendente de los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte es negativa, dado que no existe una buena comunicación entre los superiores y los colaboradores de la organización, ya que muchas veces las opiniones de mejora no son tomadas en cuenta.
- Por otro lado, también se concluyó que la percepción de la comunicación interna descendente de los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte es negativa, dado que los jefes inmediatos superiores no se preocupan por mantener una comunicación clara y fluida con los colaboradores de la empresa.
- Finalmente se pudo obtener que la percepción de la comunicación interna horizontal de los trabajadores de la Empresa Prestadora de Servicios Aguas de Lima Norte es negativa, puesto que al no conocer claramente la política corporativa no pueden demostrar una ventaja competitiva.

VI. RECOMENDACIONES.

Nuestra investigación plantea las siguientes recomendaciones:

- Para que la comunicación interna sea eficaz entre los colaboradores es necesario aumentar la eficacia del equipo humano, motivándolos con mensajes corporativos mediante el cual se les informe de la misión y los verdaderos resultados que se buscan como empresa, así se sentirán parte de ella y por consiguiente estarán dispuestos a brindar lo mejor de sí.
- Para implementar con éxito una comunicación interna ascendente es necesario considerar las opiniones o sugerencias de los colaboradores para la mejora de la empresa, pudiendo organizar eventos de confraternidad, jornadas a puertas abiertas, reuniones informativas, etc. permitiendo así la confraternidad entre los jefes inmediatos superiores y los colaboradores
- Para la mejora de la comunicación interna descendente es necesario que el dialogo entre los jefes inmediatos superiores y los colaboradores sean constantes, puesto que la transmisión de mensajes debe tener una respuesta por parte del receptor y esta debe hacerse escuchar para una posible mejora, logrando así conseguir mejores resultados para el logro de los objetivos y con ello la satisfacción tanto de los jefes inmediatos superiores como de los colaboradores.
- Finalmente recomendamos que la empresa prestadora de servicios Aguas de Lima Norte S.A evalúe las estrategias para dar a conocer las políticas corporativas y así lograr que el colaborador cumpla con los objetivos y metas trazadas en la empresa.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

(s.f.).

Brandolini, A., Gonzáles Frígoli, M., & Hopkins, N. (2008). *Comunicacion Interna Claves para una Gestión Exitosa*. Buenos Aires, La Crujia: Dircom.

Castro, A. d. (2014). *Comunicacion Organizacional*. Bogota - Colombia: Ecoe Ediciones.

Chiang, M. (2012). *Comunicacion Interna - Direccion y Gestion de Empresas*. Malaga - España: Vértice.

Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento Organizacional* . Mexico: Mc Graw Hill Education.

Comunicación Organizacional. (2009). Obtenido de <http://comunicacionorganizacionalfukl.blogspot.com/2009/09/8-glosario.html>

Gerhild , G., Bain, C., & Shikiya, H. (2015). *nelidagutierrez.blogspot*. Obtenido de <http://nelidagutierrez.blogspot.com/2015/12/glosario-de-terminos-para-el.html>

Glosario de Comunicación Interna: definiciones indispensables para tu día a día. (2017). Obtenido de http://palabradecopy.com.mx/glosario-de-comunicacion-interna/#Terminos_del_glosario_de_comunicacion_internaC

Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado , C., & Baptista Lucio , M. (s.f.).

J., C. (2012). *Comunica, lecturas de comunicacion organizacional*. Madrid - España:

Gesbiblo S.L.

Nal3. (26 de Abril de 2016). *Nal3 Comunicació*. Obtenido de <https://www.nal3.com/es/central-de-contenidos/comunicacion-interna-y-externa-claves-en-tu-empresa>

O, C. (s.f.).

Portal de Relaciones Publicas. (2001). Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/diccionariodecomunicacion.htm>

Portal de Relaciones Publicas. (2001). Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/diccionariodecomunicacion.htm>

Robbins Stephenp. y Judge, T. a. (2017). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: Pearson.

Saab, A. A. (Diciembre de 2015). <https://books.google.com.pe> › books. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=K5HLDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+de+comunicacion+gratis+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiUyKTAuqnlAhVtQt8KHUZ_DMoQ6AEISDAE#v=onepage&q&f=false

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.

Tamayo, M. T. (1981). *El Proceso de la Investigación Científica*. Mexico: Limusa.

Zorrilla, A. (1993). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Mexico: Leon y Cal Editores.

Material Electrónico:

Nal3. (26 de Abril de 2016). *Nal3 Comunicació*. Obtenido de

<https://www.nal3.com/es/central-de-contenidos/comunicacion-interna-y-externa-claves-en-tu-empresa>

Saab, A. A. (Diciembre de 2015). *https://books.google.com.pe › books*. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=K5HLDAAAQBAJ&printsec=frontcover>

[&dq=libro+de+comunicacion+gratis+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiUyKTAuqnIAhVtQt8KHUZ_DMoQ6AEISDAE#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=K5HLDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+de+comunicacion+gratis+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiUyKTAuqnIAhVtQt8KHUZ_DMoQ6AEISDAE#v=onepage&q&f=false)

Tesis y Trabajos de Grado:

Contreras (2012). *Estudio y Estrategia de Comunicación Interna para una empresa de confección textil: El caso de Textiles El Carmen* (tesis de pregrado). Universidad de San Carlos, Guatemala.

León y Santiago (2010). *Propuestas de Comunicación Interna para la Municipalidad de Cuenca, Ecuador*, (tesis de pregrado). Universidad de Cuenca, Ecuador.

Quiñones (2017). *Relación de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional en la Gerencia de Producción Griferías de la Empresa VSI Industrial*, (tesis pregrado). Universidad San Martín de Porres.

Bendezú (2016). *La Comunicación Interna y su Incidencia en el fortalecimiento de la Identidad Corporativa en la Municipalidad Distrital de La Perla, Callao*, (tesis pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Rojas (2016). *Formas de Comunicación Interna y Desarrollo Institucional del personal Administrativo nombrado de la Municipalidad Provincial de Barranca –*

2016, (tesis pregrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Rimey y Sánchez (2017). *Herramientas de la Comunicación Interna en los colaboradores de la Corte Superior de Justicia de Huaura – Sede Central Año 2017* (tesis pregrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

VIII. ANEXOS.

8.1 CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
COMUNICACIÓN INTERNA	El conjunto de mensajes y acciones de comunicación elaboradas de forma consciente y voluntaria para relacionarse con los públicos de la organización, con el fin de comunicar con ellos de forma creativa y diferenciadas sobre las características de la organización sobre sus productos y/o sobre sus actividades	COMUNICACIÓN ASCENDENTE	- ENTREVISTA - CORREOS INSTITUCIONALES - BUZON DE SUGERENCIA - INTRANET	FRECUENCIA EFECTIVIDAD DEL MENSAJE	5, 7, 8, 9, 15, 16, 18, 19
		COMUNICACIÓN DESCENDENTE	- CARTA AL PERSONAL - ENTREVISTA INDIVIDUAL - MURAL DE ANUNCIOS - PERIÓDICO INTERNO - JORNADAS A PUERTAS ABIERTAS - REUNION DE INFORMACIÓN	PERIODICIDAD FRECUENCIA	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20
		COMUNICACIÓN HORIZONTAL	- TELÉFONO CELULAR - CORREOS INSTITUCIONALES	PERIODICIDAD FRECUENCIA	5, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20

8.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
Nº	ACTIVIDADES	FECHAS				
		AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	DICTADO DE CLASES CURSO METODOLOGÍA					
2	SORTEO DE ASESORES DE TESIS					
3	SOLICITUD DE DESIGNACIÓN DE ASESOR					
4	DESARROLLO, ASESORAMIENTO, REVISIÓN Y APROBACIÓN DEL PLAN					
5	ENTREGA DE DECLARACIÓN JURADA A TESISTAS					
6	SORTEO DE JURADOS DE TESIS					
7	SOLICITUD DE DESIGNACIÓN DE JURADO					
8	PRESENTACIÓN DEL PLAN POR TESISTAS					
9	REVISIÓN Y APROBACIÓN DEL PLAN POR JURADOS					
10	DESARROLLO, ASESORAMIENTO DEL BORRADOR DE TESIS					
11	PROCESAMIENTO DE VACIADO DE DATOS					
12	REVISIÓN Y CONFORMIDAD DE BORRADORES POR ASESORES Y TESISTAS					
13	PRESENTACIÓN DE EXP. POR TESISTAS SOLICITANDO CONSTANCIA ANTIPLAGIO					
14	ASESORAMIENTO Y LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES DEL BORRADOR DE LAS TESISTAS POR ASESORES					
15	PRESENTACIÓN DE EJEMPLARES DEL BORRADOR POR TESISTAS					
16	REVISIÓN Y APROBACIÓN DEL BORRADOS POR JURADOS					

17	CULMINACIÓN DE ASESORAMIENTO DEL PROCESO					
18	PRESENTACIÓN DE EXP. SOLICITANDO RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DE BORRADOR DE TESIS					
19	PRESENTACIÓN EXP. SOLICITANDO FECHA DE SUSTENTACIÓN					
20	FECHA DE SUSTENTACIÓN					

8.3 ENCUESTA.

ENCUESTA SOBRE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EPS AGUAS DE LIMA NORTE S.A.

Estimado colaborador ayúdenos a mejorar:

Por favor dedique 5 minutos para completar la presente encuesta. La información obtenida servirá para conocer el nivel de comunicación interna en la Empresa.

Sus respuestas serán tratadas en forma CONFIDENCIAL y ANÓNIMA y serán analizadas de forma agregada.

En esta encuesta le haremos una serie de preguntas sobre distintos aspectos de nuestra empresa. Por favor marque con un aspa (X) utilizando la siguiente escala de valoración:

- 1 = NUNCA
- 2 = CASI NUNCA
- 3 = A VECES
- 4 = CASI SIEMPRE
- 5 = SIEMPRE

ÍTEM	PREGUNTA	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que existen buenos canales de comunicación en la empresa?					
2	¿Considera usted que sus superiores se preocupan por mantener la comunicación con los colaboradores de la empresa?					
3	¿Considera usted que su puesto en la empresa está en relación con la experiencia que posee?					
4	¿Cree usted que su puesto en la empresa está en relación con su titulación académica?					
5	¿Cree usted que su puesto en la empresa está lo suficientemente valorado?					
6	¿Considera usted que su trabajo está bien remunerado?					
7	¿Cree usted que existe posibilidad de mejora de las condiciones laborales en la empresa?					
8	¿Cree que sus superiores tienen un buen trato con usted?					
9	¿Considera usted adecuado el nivel de exigencia laboral por parte de sus superiores?					
10	¿Considera usted que su jefe inmediato es comunicativo durante el desarrollo de sus					

	labores?					
11	¿Considera usted que existe una buena comunicación descendente entre los superiores y colaboradores?					
12	¿Considera usted que existe una buena comunicación ascendente entre los superiores y colaboradores?					
13	¿Utiliza usted alguna herramienta de comunicación interna en sus labores?					
14	¿Cree usted que la comunicación interna está bien manejada en la empresa?					
15	¿Considera usted que el trabajo que realiza en la empresa es útil?					
16	¿Cree usted que existe un nivel de seguridad laboral a futuro en la empresa?					
17	¿Cree usted que es posible promover laboralmente a los colaboradores en base a sus resultados de productividad?					
18	¿Cree usted que en la empresa existe igualdad de oportunidades laborales para los empleados?					

8.4 FOTOGRAFÍAS DE APLICACIÓN DE ENCUESTA.



